ДИСКУССИЯ

П. В. Балдицын, доктор филологических наук, профессор кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: pavel_07@bk.ru, pbalditsyn@gmail.com

ЭФФЕКТ РЕВЕРБЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Для современной массовой коммуникации характерно многократное отражение любого сообщения, так что важным ее принципом становится эффект реверберации (ЭР). Действие этого эффекта можно проследить на разных уровнях массовой коммуникации (МК): в информационном потоке, на одном из сайтов, в создании серийных новостей и новостных кампаний, даже на уровне отдельного сообщения. При этом, как правило, источников новостей немного – одно или два агентства, остальные лишь повторяют и репродуцируют их. ЭР определяет структуру и стратегию новейших СМК (средств массовой коммуникации): любой информационный сайт содержит массу перекрестных ссылок на другие ресурсы, в информационных статьях обязательны отсылки к другим новостям, в потоке новостей преобладают не сообщения о самих событиях, а отклики, мнения и комментарии.

Ключевые слова: *реверберация, массовая коммуникация, отражение, информационный поток.*

Contemporary mass communication is characterized by multiple repetitions of any information, so it may be called the reverberation effect (RE). The effect of reverberation may be traced on different levels of mass communication: in general flow of news, in any news agency and medium, in serial and chain news, even in a single story. Data sources are few – usually one or two, the rest of mass media replicate and reproduce initial news. Reverb determines structure and strategy of mass media in Internet: any web site and mass medium contains cross references on other media; news articles usually have references to previous news; reactions, opinions, and comments prevail over proper news in contemporary flow of information.

Key words: *reverberation, mass communication, reflection, information stream*

Введение

Всякий пользователь Интернета знает, что любая новость тут же получает многократное отражение, обрастает повторами и подробностями как снежный ком. Например, сообщение о крушении американской ракеты «Falcon 9» 28 июня 2015 г. за полтора часа в российских СМИ имело 106 откликов, а на следующий день – уже 430 (данные поисковика Яндекс). Еще одна новость – о задержа-

нии министра промышленной политики Крыма 29 июня того же года – за полчаса была растиражирована 16 раз в средствах массовой коммуникации (СМК), через 8 часов был зафиксирован уже 171 отклик. Сегодня почти любая новость стократно повторяется в информационных сетях. Этот принцип распространения новостей напоминает множественное эхо или **эффект реверберации.**

Этот эффект создается самим характером массовой коммуникации (МК), которую исследователи определяют так: «почти одновременная доставка одинаковой информации посредством ее быстрого репродуцирования и распространения значительному и недифференцированному в массе своей количеству людей»[1]. Практически в любых определениях МК присутствуют такие понятия, как «репродукция», «копия», «тиражирование» и т. п. Однако эти термины, на наш взгляд, неточно и неполно описывают данное явление в эпоху Интернета, упрощают и скрывают его существенные противоречия. Поэтому мы вводим новый для теории массовой коммуникации термин «реверберация», ясно сознавая его метафоричность. Однако известно, что многие термины родились как метафоры (в данном случае это когнитивная метафора) «с помощью которых мы углубляем наши представления о мире и создаем новые гипотезы»[2].

Реверберация и массовая коммуникация

Термин «реверберация» давно известен в физике, в разделе акустики: «Реверберация сопровождает любой звук, возникший в естественной акустической среде. Возникает она при отражении звуковой волны от каких-либо препятствий и ее возврата в точку прослушивания. Поэтому в восприятии акустического звука присутствует его прямой источник и многочисленные отражения от ближайших поверхностей — преград»[3]. Используется он также и в медицине: «Реверберация возбуждения (лат. reverbero – отбивать, отбрасывать, отражать) — длительная циркуляция импульсов возбуждения в сетях нейронов или между различными структурами центральной нервной системы»[4]. Нередко употребляется он и в

---

[1] *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства массовой информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. С. 118–119. См. также: *Head S.* Broadcasting in America: A Survey of Television and radio. Boston-London, 1976. P. 81–82.

[2] *MacCormac E. R.* A Cognitive Theory of Metaphor. MIT Press, Cambridge (Mass.), 1985. P. 2–3. Есть русский перевод введения и отдельных разделов: *МакКормак Э.* Когнитивная теория метафоры // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 358–386.

[3] Физическая энциклопедия. В 5-ти томах. М.: Советская энциклопедия, 1988.

[4] Малая медицинская энциклопедия. М.: Медицинская энциклопедия, 1996.

переносном смысле. Приведем статью из недавнего словаря галлицизмов русского языка, где даны соответствующие примеры:

РЕВЕРБЕРАЦИЯ *лат. reverberatio (лат.reverbero) отбиваю, отбрасываю.*

1. перен. Отражение. Она, со своей стороны, плакала, жаловалась на судьбу, обижалась на Кетчера, и по закону нравственной реверберации, собственные подозрения его возвращались к нему удесятеренными... О восприятии и толковании романа, о его роли, о его реверберациях в культуре столетия... Пока этот не лишенный политических реверберацій спор продолжается, накапливаются новые данные о том, чем угрожает нам глобальное потепление...

Между прочим, здесь только на втором месте дан физический термин:

2. спец. Остаточное затухающее звучание в замкнутом пространстве после прекращения действия источника звука, обусловленное многократными отражениями звуковых волн. БАС [Большой академический словарь]. Отражение звука от стен помещения вызывает неравномерную слышимость, т. н. реверберацию (гулкость) и т. п. эффекты[5].

Особо отметим, что в физике различают два типа реверберации – естественную и искусственную, когда различными техническими средствами достигают усиления, умножения и модуляции волн. Подобно этому в современной МК мы наблюдаем, с одной стороны, естественное «затухание» любой новости: ее повторы, отклики и отражения распространяются широко в первый момент, но со временем становятся все слабее – до полного исчезновения; с другой стороны, данный процесс имеет явно искусственный характер, он проходит в активной среде, где каждый его участник может на любом этапе изменять и интерпретировать сообщения. Парадокс современной массовой коммуникации состоит в том, что в ней на первый план выходит производственный аспект, когда главными становятся скорость и дешевизна продукта при сохранении его качества. В нынешних условиях ни одно из СМИ, каким бы мощным оно не было, не способно освещать все события. Массовый характер производства диктует определенную стратегию и тактику, когда творческая активность участника процесса сведена до минимума, а массмедиа становятся лишь ретрансляторами, передатчиками или переписчиками новостей.

Основные причины эффекта реверберации – условия распространения информации в Интернете: в результате возникло великое

[5] Исторический словарь галлицизмов русского языка / сост. *Н. И. Епишкин.* М.: Словарное издательство ЭТС, 2010.

множество средств МК, и каждое из них стремится отразить все многообразие потока новостей, откликнуться чуть ли не на каждое событие. В пространстве Интернета встречаются старые, новые и новейшие СМИ: информационные агентства мирового и федерального значения, газеты с советскими и новыми русскими названиями, радиостанции и телекомпании, региональные и местные сайты, официальные органы власти и страницы их оппонентов и критиков, а вдобавок еще социальные сети и бесчисленные блоги. В последние годы появляются и поисковые сайты, которые вообще не производят сообщений, а только собирают их – агрегаторы новостей. Такая пассивность средств информации и дает нам возможность рассматривать их как своего рода «отражательные поверхности», создающие эффект реверберации.

Еще один аспект МК отмечен в недавних исследованиях особой стратегии новостной интернет-журналистики, которую назвали английским словом «**рерайтинг**». В этом направлении ключевое место занимают работы О. Р. Лащук. В своей книге «Рерайтерские новостные сообщения: создание и редактирование», во многих статьях и докторской диссертации она дала детальную характеристику подобного метода создания мультимедийных сообщений. «Раньше главная задача при подготовке новостного сообщения... заключалась в том, чтобы создать информацию... С появлением Интернета ситуация кардинально изменилась. В Сети циркулирует, оперативно появляется, обновляется и комментируется огромный объем самой разнообразной информации... Главная задача заключается в том, чтобы эту информацию обработать». Суждения исследователя рерайтерских новостей таковы: «Данный подход позволяет создавать новостные сообщения полнее, оригинальнее, информативнее и оперативнее, чем это осуществляется традиционными методами. Кроме того, информационный продукт обходится значительно дешевле...» [Лащук, 2013а, с. 14-15]. Действительно, Интернет коренным образом изменил характер массовой коммуникации, одним из важнейших последствий стало многократное повторение и переписывание информационных сообщений.

Вводя термин «реверберация», мы обратились к англоязычным источникам всемирной Сети, однако нам удалось найти только два частных употребления этого слова: его использовали специалисты в области торговли и распространения спортивных новостей через социальные сети. Провайдер информационных услуг одной из фирм Рохит Бхаргава написал в своем блоге в июле 2009 г. следующее: «Ре-

верберация: истинный секрет торговли через социальные сети», где применил акустический термин для описания того «необычного факта», что «всякое действие в социальных сетях не просто совершается, но также распространяется онлайн через профили отдельных личностей»[6]. Отталкиваясь от этой метафоры, он сделал простой вывод относительно социальных сетей и современного маркетинга: «Эта невысказанная реверберация и есть принцип работы социальных сетей. Мы говорим о своих симпатиях и антипатиях, делимся своими чувствами в данный момент и загружаем содержание наших жизней – все мы воздействуем друг на друга... Реверберация в социальных сетях учит, что всякое действие на Фейсбуке... имеет цену... самый основной довод для любой торговой марки входить в социальную сеть состоит в том, что, делая так, вы становитесь частью структуры, из которой люди выносят решения покупать или не покупать у вас».

Эндрю Биллингс, профессор кафедры телекоммуникаций и кино в университете штата Алабама и соредактор издания «Communication and Sport», в своей статье «Сила реверберации. Почему Твиттер имеет значение, но не такое, как полагает большинство» обратил внимание на роль этого средства в демократизации спорта и формировании программы основных спортивных СМК. По его мнению, «Твиттер вообще не представляет распространенное общественное мнение, по большей части включая болельщиков, далеких от монолитности» [Billings, 2014].

Стоит дополнительно заметить, что слово «reverb» (реверберация) популярно в среде англоязычных специалистов по связям (PR), во всяком случае множество компаний дают его в своих названиях: «ReverbMedia», «ReverbStrategy» и т. п. На платформе Твиттера создана программа Twitter Reverb для распространения кратких сообщений-твитов, для измерения популярности тем и предметов обсуждения.

По нашему мнению, термины **реверберация** и **эффект реверберации** имеют большой познавательный потенциал, с их помощью мы можем выявить различные аспекты и противоречия современной массовой коммуникации.

Новостные сообщения в массовой коммуникации

Цели настоящей работы – определить особенности процесса повторения и размножения новостных сообщений в СМК, его уровни и характер, дать общую предварительную оценку его распространения.

[6] *Bhargava R.* Reverb: The real secret to marketing with social media. July 16, 2009. URL: http://www.fastcompany.com/1308435/reverb-real-secret-marketing-social-media

Объектом исследования стали информационные сайты российских СМК последних лет, большей частью – 2015 г. , а конкретным предметом – многократные повторы новостей. Метод исследования – количественный и качественный анализ отдельных репрезентативных сообщений, выбранных из большого числа им подобных.

Эффект реверберации можно проследить на разных уровнях МК: в общем потоке информации, где рейтинг новостей легко измерить – по количеству откликов и повторов, на уровне одного из СМИ, будь то агентство, газета или сайт, в создании серийных новостей и новостных кампаний, он проявляется даже на уровне отдельного сообщения. Иногда это простой повтор новости из одного источника, но чаще сообщение обрастает подробностями и дополнениями, получает продолжение и развитие. Более того, одна из самых популярных и важных стратегий современных СМИ заключается в том, чтобы сопровождать и поддерживать новостную цепочку, строить новостной сериал [Лащук, 2013б].

При этом, как правило, источников новостей немного – одно или два, остальные лишь повторяют – дублируют и репродуцируют сообщения.

Возьмем в качестве примера распространение нейтральной новости, свободной от идеологии, о курьезном и ужасном происшествии:

«Выпрыгнувший из воды осетр убил пятилетнюю девочку на реке Саванни в американском штате Флорида, также пострадали ее мать и девятилетний брат».

Первая заметка об этом появилась на сайте Associated Press со ссылкой на представителей местного заповедника и добавлением некоторых фактических сведений: 4 июля 2015 г. в 3 часа пополудни по восточному времени США (Jul. 4, 3:03 pm EDT), когда в Москве шел двенадцатый час ночи:

GIRL KILLED AFTER BEING STRUCK BY JUMPING STURGEON IN BOAT

LAKE CITY, Fla. (AP) – A 5-year-old Florida girl riding in a boat has died after a sturgeon leaped from the Suwannee River and struck her. Wildlife officials said Jaylon Rippy died after being struck Thursday night. Her mother and 9-year-old brother were also injured and taken to a Gainesville hospital. Their condition was not known.

Florida Fish and Wildlife Conservation Commission said this is the first fatality recorded from a sturgeon strike on the Suwannee River. Four people have been injured by jumping sturgeon this year.

The fish are known for leaping more than 7 feet above the water. They can grow up to 8 feet long and weigh up to 200 pounds and can cause serious injuries.

В России первым подхватило эту новость агентство «РИА Новости» уже через два с половиной часа (01:31 05.07.2015) со ссылкой и переводом сообщения АП:

МОСКВА, 5 июля – РИА Новости. *Пятилетняя девочка погибла от удара осетра, который запрыгнул в лодку, где она находилась, сообщает агентство Ассошиэйтед Пресс.*

По данным агентства, инцидент произошел в четверг на реке Сувонни в американском штате Флорида. В результате инцидента также пострадали мама девочки и 9-летний брат. Они были доставлены в больницу города Гейнсвилл. Об их состоянии не сообщается. По данным агентства, осетр может прыгнуть в высоту до двух метров. Длина рыбы может достигать 2,4 метра, а вес – 90 килограммов. Как сообщается, в этом году от удара осетра пострадали четыре человека.

5 июля к середине дня поисковик «Яндекс» насчитал уже 56 новостей на эту тему в российских СМИ. Все они, за редким исключением, повторяли сообщение АП, ссылаясь либо на американское агентство, либо – гораздо чаще – на РИА Новости, лишь в одном из них были дополнительные подробности с указанием иного источника – Daily Mail; некоторые давали сообщение вообще без ссылок на источник. При этом реверберация не обошлась без искажений. Например, на сайте RT сообщение завершалось такой фразой: *«В этом году в США зафиксировано по меньшей мере четыре случая с летальным исходом от удара рыбы»*. Всякий может убедиться, что в исходном сообщении АП как раз говорилось, что смертельных случаев до этого не было, однако четверо получили травмы от прыгающих осетров. Новых сообщений в следующие сутки не было зафиксировано. То есть любая новость интенсивно распространяется в течении первых суток, затем затухает и исчезает с информационных лент, искажения встречаются при переводе и объясняются спешкой.

И это новость не политическая, к тому же далекая от интересов российского потребителя МК. Если взять, например, тему санкций против России, сообщений будет чудовищно много: на 22 июня 2015 г. 637 – за день, 1786 – за три дня, всего – по данным «Яндекс» – 122 266, Google – 104 тысячи.

Эффект реверберации можно найти и на уровне отдельной заметки. Сегодня стандарт информационной статьи предполагает

повтор ключевых фактов и фраз, таким образом в нем сознательно заложен принцип эха. Вот один показательный пример:

Главу управления ФМС РФ задержали за коррупцию

РИА Новости. 10:31. 24.04.2015

Начальник управления ФМС России Вера Митрофанова подозревается в организации незаконной миграции. Суд заключил подозреваемую под стражу, установив срок ареста до 17 мая.

МОСКВА, 24 апр – РИА Новости. Начальника управления ФМС России Веру Митрофанову задержали в Москве вместе с сообщниками по подозрению в организации незаконной миграции, сообщил в пятницу РИА Новости источник в правоохранительных органах.

«Митрофанова подозревается в организации незаконной миграции. Вместе с ней задержаны еще семь человек», – рассказал собеседник агентства.

Как пишет газета «Коммерсант», Митрофанова была назначена на должность всего 1,5 месяца назад, но успела получить известность благодаря общению с прессой по поводу выдачи паспортов жителям Крыма. По данным издания, вместе с высокопоставленной чиновницей задержан ее муж – юрист одной из коммерческих структур.

«Суд в понедельник рассмотрел ходатайство о заключении под стражу Митрофановой и удовлетворил его. Срок ареста установлен до 17 мая», – сообщили РИА Новости в пресс-службе Хамовнического суда Москвы. Жалоба на арест в суд еще не поступала.

Комментариями ФМС РФ РИА Новости пока не располагает.

Все, как учат в нынешних школах журналистики, сделано по американскому образцу: шапка – по принципу перевернутой пирамиды, в заголовке факт представлен максимально кратко, затем дан повтор и конкретизация события по классической схеме: кто, что, где и когда. В самом сообщении – повтор факта (заметим, в 3-й раз!), ссылка на источник – неназванный, анонимный, потом – еще одна ссылка на средство массовой информации (газету «Коммерсант»), затем – 3-я ссылка на пресс-службу суда, и в финале – сообщение об отсутствии комментария от лица учреждения, где работает задержанная, то есть 4-я ссылка, хотя и нулевая. В заметке из 20 строк (вместе с заголовком) основной факт повторен, по крайней мере, пять раз, да еще со ссылками на ряд источников! Таков эффект реверберации, скажем так, «на молекулярном уровне».

Можно определенно сделать вывод, что многократный повтор или эффект реверберации положен в основу структуры и стратегии

новых СМК в Интернете. Во-первых, любой информационный сайт содержит массу перекрестных ссылок на другие ресурсы, так что, зацепившись глазом, можно перейти во множество иных средств. Например, сайт крупнейшего из наших агентств «РИА-Новости» кроме собственных колонок, где представлены главные новости в иконках (их 16 или 9), лента новостей, и сверху и снизу даны шапки информационных цепочек и главных тем, а также ссылки на целую дюжину других СМК. Уже одно это дает количество откликов (эхо) до 70. На сайте ТАСС таких связей еще больше. На сайте «Комсомольской правды» новостей и ссылок поменьше – 26 новостей и 12 ссылок, зато обилие рекламы, замаскированной под информацию. Попутно стоит отметить, что и пропаганда, и реклама построены на многочисленных повторах и создают свой ЭР. Во-вторых, внутри каждой из новостей и каждого из информационных сериалов есть свои отсылки к прежним сообщениям и другим СМК. Таким образом, совершенно конкретно происходит распространение информации, что соответствует метафоре в названии «Всемирная сеть» или «паутина». В-третьих, структура сайтов СМК демонстрирует преобладание откликов и повторов в информационном потоке. Можно проследить появление новостей на этом же сайте «РИА-Новости», чтобы установить, что обычно из 9 основных новостей, всплывающих на странице, 6 или 7 представляют не события, а отклики, мнения и комментарии. Это обычное соотношение. В последнее время в общем ряду новостных иконок стала появляться и реклама, впрочем, она здесь выделена особо.

Кроме того, информационные агентства и сайты нередко буквально в каждой заметке на определенную тему дают отсылку к предыстории, к истокам событий, кратко сообщая о начале кризиса на Украине или характере санкций против России. И это стало правилом информационной политики во многих современных СМИ. Таковы многие сообщения РИА-Новости. Например, краткое сообщение 5 июля 2015 г. о том, что «Правый сектор» не пустил представителей наблюдательной миссии ОБСЕ к наблюдательному посту в Авдеевке, состоит меньше чем из 60 слов, но к нему добавлено пояснение из более 60 слов: чем известен «Правый сектор», что он запрещен в России, а в завершении заметки дана информация в 30 слов о конфликте на Украине. Таким образом, сама новость занимает лишь около 40% текста сообщения. Вдобавок к этому, агентство дает карту военного противостояния и напоминает цифры человеческих потерь и беженцев.

Сходным образом построен сайт «ТАСС»: кроме основной полосы есть лента текущих новостей, онлайн-трансляция самых острых событий, а также агрегация и рубрикация в несколько «этажей». Всякое событие обрастает ссылками и связями. Можно сделать вывод: **эффект реверберации – результат сознательной стратегии современных СМК.**

Еще одна важная черта этой стратегии: стремление сопровождать сообщения и прослеживать их связи, выстраивая таким образом цепочки или даже сериалы новостей. Многие события политической жизни имеют предварительный этап информационного сопровождения: готовится некое событие – выступление президента на Генеральной ассамблее ООН, важные дипломатические переговоры или, например, смена министра сельского хозяйства РФ, которая повлекла за собой перемещение трех известных лиц. На этом этапе идут сообщения, ходят слухи, дают комментарии и прогнозы политологи или политики. В момент самого события, в СМК возникает его множественное эхо: картинки, видео и фотографии, появляются официальные сообщения и документы, а вслед за ними целый шлейф откликов и комментариев. Наступает следующий этап информационного потока – после события. При этом процесс распространения информации имеет явно волнообразный характер, как и реверберация звука в природе: в нем заметно нарастание и затухание новостей, а затем и новые всплески. Причем, этот процесс рукотворный и организованный, как в случае искусственной реверберации в записях и демонстрации музыки.

В нынешних условиях можно измерить эти волны информационного потока и проследить сам процесс чередования всплесков и спадов внимания к тем или иным событиям. Этому помогает еще один своеобразный институт современной МК – появление особых сайтов типа «Яндекс:Новости» или «MediaMetrics.ru», которые лишь собирают информационные сообщения обычных СМК, сами же их не создают.

Одно из наглядных проявлений ЭР – цепочки и сериалы новостей. При появлении первого сообщения ему присваивают определенное заглавие, чтобы затем под этим именем давать продолжение новостей. Событие сразу же обрастает подробностями, новость развивается и дополняется сообщениями и откликами. Например, 11 июля 2015 г. в 15:54 со ссылкой на местный украинский источник mukachevo.net в 14:15 появляется сообщение «*Перестрелка с боевиками в Мукачево*» (сама перестрелка произошла около 14 часов). Волно-

вой процесс распространения новости начался. Первый всплеск – к 18 часам уже зафиксировано 203 сообщения (news). Даже в рамках одного сайта «РИА-Новости» идет поток сообщений: 11 за полтора часа, то есть одно сообщение за 8 минут. Событие обрастает свидетельствами, фотографиями и видео, подробностями и дополнениями, среди которых значительное место занимают высказывания и отклики различных лиц как причастных, так и не причастных к событиям в этом закарпатском городке. Становится известным, что написал в «Фейсбуке» министр внутренних дел Украины Аваков или советник МВД Геращенко, который стремится высказаться в Сети по всякому поводу. К ночи активность СМИ явно снижается, волна спадает, на том же сайте скорость только 2 сообщения в час. На следующий день, 12 июля, целый вал вторичных откликов: что сообщили в СБУ, в МВД и МИД Украины, что сказали мэр города, депутат Балога, замешанный в этих событиях, а также Ярош и пресс-секретарь Правого сектора, представители батальона «Азов» и другие лица, среди которых даже солист группы «Океан Эльзи». Новостей немного, зато эхо многократно и разнообразно. Утром 13 июля – еще одна волна информации, в которой явно преобладают вторичные новости – не факты, а отклики представителей партий и органов власти Украины, комментарии и суждения. Кроме того, появляется статья на сайте news.liga.net, в которой представлена сводка сообщений и достаточно полная картина событий; в ней более 30 ссылок на информагентства – местные, украинские и российские, а также – на «Фейсбук» и «Твиттер». Причем, почти в каждом сообщении видны отголоски событий, ссылки на прежние сообщения и другие СМК.

Информационная статья обычно сопровождается «довеском» или ярлыком, связывающим ее с предшествующими сообщениями. Аналитическая статья содержит в себе около 20 ссылок на другие новости, а также обращение к читателям. Кроме того, почти любое событие сопровождается откликами в социальных сетях и комментариях. Конечно, в общем потоке есть и простые предельно краткие новости, и на любом сайте лента новостей соседствует со ссылками, но чаще всего новостное сообщение состоит из трех частей: сама новость плюс две отсылки – к прошлым сообщениям или процессу, который начался ранее. Таким образом, конкретный сериал «*Перестрелка в Мукачево*» становится частью другого – более общего: «*Ситуация на Украине*». Многократное эхо, или реверберация лежат в основе построения информационной ленты и целого потока.

Кроме простой трансляции и переписывания новостей, в деятельности ведущих СМК есть стремление как-то дополнить новость фактами или мнениями. Серьезные агентства, сайты, теле- и радиокомпании обращаются за комментариями к экспертам и специалистам – к политикам, ученым, журналистам; новости обретают дополнительный, новый смысл, порой меняют оценку и направление. Смерть Умберто Эко для одних становится поводом для рассуждений о постмодернизме, для других – возможностью еще раз вспомнить речь этого мыслителя и писателя о фашизме и, тем самым, напомнить всем об идеологической борьбе. При этом в нынешних условиях жесткого информационного противостояния трансляция и интерпретация новостей нередко служат пропагандистским целям. Достаточно сравнить, как одни и те же новости представляют в российских и украинских СМИ.

В распространении новостей можно заметить сдвиги, резкие изменения информационных потоков, когда реакция касается не основного события, а косвенных, случайных обстоятельств или отдельных его черт. Вот пример такого сдвига. Речь Барака Обамы о решении остановить военную операцию в Сирии после согласия ее правительства на уничтожение химического оружия имела в нашей стране неожиданную реакцию. Кроме основного положительного отклика, журналисты и комментаторы обратили внимание на одно, но важное слово “exceptionalism” в этой речи, которое вызвало целую бурю откликов в СМК. Этим словом президент США утверждал принцип «исключительности» американской нации. Сведущие люди могли проследить всю долгую историю этой идеи – от речи Джона Уинтропа 1630 г. через концепции «явной судьбы» в XIX веке, «Pax Americana» и «американского века» в XX-м – и до манифеста «нового американского века» в начале XXI столетия. Удивительно, но почти никто не обратил внимания на это же слово в речи Обамы 2009 г., а вот в 2013 г. оно вызвало бурную полемику.

Другой пример: на траурные мероприятия в Освенциме польские власти не пригласили российского президента. Обсуждение этой новости шло в польских и российских СМИ, когда вдруг в одной из передач польского радио министр иностранных дел Польши Гжегош Схетына предложил объяснение этому факту, которое, вероятно, счел остроумным: якобы Освенцим освобождал Первый Украинский фронт, и потому скорее надо приглашать украинских руководителей. Именно это заявление породило но-

вую и гораздо более сильную волну откликов. Министерство обороны России на своем электронном сайте обнародовало документы, свидетельствующие о том, что в составе Первого Украинского фронта было два национальных большинства – русские и украинцы, причем первых было даже чуть больше. Ясно, что этот процесс в какой-то степени складывается стихийно, но по сути он управляем. Кто-то, будь то журналист, ученый или политик, извлекает факт из общего потока информации, интерпретирует его и делает поводом к новой информационной кампании.

Парадокс современной массовой коммуникации заключается в том, что, с одной стороны, в Интернете сейчас можно точно и достоверно установить многие факты, познакомиться с первоисточниками и документами, а, с другой, появились новые мощные возможности искажать факты и запутывать, создавать ложные и лживые сообщения. В наши дни всякий пользователь Сети может запросто послушать речи Обамы и Путина, увидеть и услышать высказывания министров иностранных дел и послов; в современном мире открыты многие прежде недоступные и неизвестные документы, как официального, так и неофициального происхождения, вроде публикаций «Викиликс» или записей телефонных разговоров американского посла и чиновницы госдепартамента, эстонского министра иностранных дел и главы европейской дипломатии. Таким образом налицо явные достоинства современной МК – открытость, точность и достоверность информации. Но также присутствует и прямо противоположная тенденция – искажение, выдумка и ложная интерпретация фактов. Утки, мистификации и прямой обман всегда имели место в прессе, однако сегодня при помощи сфабрикованных подделок прямо используется эффект реверберации: ложное сообщение появляется в какой-нибудь из социальных сетей – в «Твиттере» или «Фейсбуке», его затем тиражируют и переносят в СМИ – ради дискредитации, мнимого разоблачения и пропаганды.

Безусловно, при этом надо учитывать обострение коммуникационного противостояния в настоящее время, которое порой перерастает в информационную войну. ЭР усиливается за счет механизмов пропаганды, да и рекламы тоже, когда преобладают не факты, а их отклики, мнения, интерпретации. Любое событие – громкие убийства в Киеве или Москве тут же обрастают информационным шлейфом, где официальные сообщения и документы соседствуют со всякого рода слухами и суждениями, не имеющими, а подчас и искажающими, фактическую основу.

Эффект реверберации обусловлен еще одним существенным моментом современной МК: в потоке новостей изрядное, а то и преобладающее место занимают не сообщения о событиях, а отклики, мнения и комментарии, то есть многократные отражения одних и тех же фактов. Например, на странице агентства РИА-Новости обычно чуть не две трети сообщений – это высказывания и цитаты, то есть не факты, а отклики, оценки, суждения по поводу событий. По нашим подсчетам, в общем информационном потоке соотношение мнений и фактов нередко достигает значения 5:1. Конечно, высказывание государственного деятеля или политика – тоже факт, а порой и важное событие, но вторичное, которое представляет собой реакцию, отклик, суждение, то есть еще один вариант эха.

Современный информационный поток содержит также и обильный «мусор», потому что в нем слышны не только компетентные голоса политиков, журналистов, ученых, но и голоса непрофессионалов, представителей толпы. Наверное, прежде сказали бы: «голос улицы», теперь это называют «диванной партией». Реплики и суждения, блоги и «комменты» простых пользователей Интернета нельзя назвать настоящими комментариями – и по форме, и по содержанию. Как правило, никакой истинной информации эти высказывания не дают, лишь повторяют различные выдумки и фантазии, а то и прямую ложь, нередко содержат ненормативную лексику, оскорбления, что американцы называют «языком ненависти» (hate speech). То, что некогда бытовало в устной форме – слухи, домыслы, кухонная болтовня – сегодня стало существенной частью МК.

Еще одна особенность современной МК – не только волновой, но и лавинообразный ее характер, что усиливает эффект реверберации. В Интернете информация не исчезает бесследно, как это было возможно в тоталитарном государстве. Наоборот, она распространяется все шире, даже если ее пытаются ограничить или даже уничтожить. Какое-нибудь видео, например, с вечеринки посвящения в студенты с картинками изнасилования или матерными воплями будут тиражировать многократно, комментировать и обсуждать многочисленные участники современного информационного процесса, уходящего в подполье МК.

Напоследок можно заметить, что в процесс многократного повтора вовлечены не только вербальные сообщения, но также фотографии, схемы, рисунки. Причем, для иллюстрации новостей СМК используют не только адекватные, а зачастую лишь каким-то обра-

зом связанные с новостью изображения: фотографии лиц, о которых идет речь, Белого дома или министерства иностранных дел России, которые в данном случае играют роль символов. Данное явление также могло бы стать отдельным объектом исследования.

Выводы

Многократный повтор и настойчивые отсылки к прежним сообщениям и другим источникам массовой информации порождают мощный эффект реверберации. Если древние говорили: «повторение – мать учения», то сегодня повторение и многократное эхо событий стали основным принципом современной МК. Вот результат воздействия массового общества с его новыми – более скоростными и дешевыми – средствами информации и связи, а также влияние пропаганды и рекламы. При этом в современной МК отклики и мнения преобладают над «голыми» фактами, что еще усиливает данный эффект.

Реверберация в СМК – волнообразный процесс, который предполагает чередование всплесков и спадов информационного потока, что безусловно отражает развитие общественного мнения. Исследования этого явления могут выявить события и процессы, которые привлекают наибольшее внимание, количественно измерить уровень этого внимания, а также построить модели коммуникативных процессов в современном обществе. Изучение процесса распространения новостей в разных странах даст новую картину национальных и региональных систем массовой коммуникации.

Список литературы

Лащук О. Р. Рерайтерские новостные сообщения: создание и редактирование. М.: МедиаМир, 2013.

Лащук О. Р. «Цепной» метод освещения длящихся событий в новостных материалах агентства Lenta.ru // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права. 2013. № 6.

*Billings A. P*ower in the Reverberation: Why Twitter Matters, But Not the Way Most Believe // *Communication & Sport*. June 2014. № 2. P. 107–112.

Поступила в редакцию
23.11.2015